

Referências Bibliográficas

ANA COUTO BRANDING E DESIGN. Design e *Branding*. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.anacouto.com.br>>. Acesso em: 29 nov. 2005.

BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. 68 p.

BARTHES, Roland. *Aula*. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1985. 89 p.

_____. *Elementos de semiologia*. 15. ed. São Paulo: Cultrix, 2003. 116 p.

_____. *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990. 284 p.

BAXANDALL, Michael. *O olhar renascente: pintura e experiência social na Itália da Renascença*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991. 255 p.

BOSI, Alfredo. *O Olhar*. In: NOVAES, Adauto Novaes (Org.). *Fenomenologia do olhar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. 495 p.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003. 361 p.

_____. *O poder simbólico*. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000. 311 p.

CARTER, David E. *LogoPower: creating world-class logos and effective identities*. New York: Hearst Books International, 1998. 172 p.

CHRISTO, Deborah Chagas. *O campo do design e consagração das logomarcas: estudo da relação entre as instâncias de legitimação e consagração do campo do design e a linguagem gráfica das logomarcas produzidas nas décadas de 60 e 70*. 2003. 77 f. Tese (Mestrado em Artes e Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

CIPINIUK, Alberto. *A face pintada em pano de linho: moldura simbólica da identidade brasileira*. Rio de Janeiro: PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2003. 149 p.

CORREIA, João Carlos. *Pierre Bourdieu (1930/2002): sociólogo cidadão*. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br>>. Acesso em: 20 set. 2004.

CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. 2. ed. Bauru: Edusc, 2002. 256 p.

Cultura Brasileira/Sociologia e Política. *Karl Marx*. Manifesto Comunista de 1848. Disponível em: <<http://www.culturabrasil.pro.br/manifestocomunista.htm>>. Acesso em: 21 out. 2004.

DEBRAY, Régis. *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no ocidente*. Rio de Janeiro: Vozes, 1992. 374 p.

DELEUZE, Gilles. *Lógica do sentido*. São Paulo: Perspectiva, 1974. Apêndice I. Simulacro e filosofia antiga. 1. Platão e o simulacro. 13 p.

_____. *Proust e os signos*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987. 183 p.

DESIGN GRÁFICO. São Paulo: MarketPress, [198-?]. ISSN 1413-9456.

FÉRES-CARNEIRO, T. Violência simbólica e organizações familiares. In: _____. (Org.). *Família e casal: efeitos da contemporaneidade*. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2005. Disponível em: <www.ceccarelli.psc.br>. Acesso em: 15 dez. 2005.

FINK, Bruce. *O sujeito lacaniano: entre a linguagem e o gozo*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998. 253 p.

FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro: Nau, 2003. 158 p.

GAD'Design. Design e Branding. Porto Alegre: GAD'Design. Disponível em: <<http://www.gad.com.br>>. Acesso em: 3 dez. 2005.

GOLDSTEIN, Ilana Seltzer. *Estudo sobre Pierre Bourdieu*. Disponível em: <<http://www.port.pravda.ru>>. Acesso em: 5 out. 2004.

HELLER, Steven; HELFAND, Jessica; LOIS, George. *Paul Rand*. New York: Phaidon Press, 2000. 255 p.

HUHNE, L. M. (Org.). *Metodologia científica: caderno de textos e técnicas*. Rio de Janeiro: Agir, 2001. 263 p.

INDUSTRIAL DESIGN. New York: Design Publications, [1953-?]. ISSN 0192-3021.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Propriedade Industrial. Rio de Janeiro. Disponível em: <www.inpi.gov.br>. Acesso em: 16 set. 2005.

KLEIN, Naomi. *Sem logo – a tirania das marcas em um planeta vendido*. Rio de Janeiro: Record, 2002. 543 p.

LANDOR. Design. San Francisco. Disponível em <<http://www.landor.com>>. Acesso em: 31 out. 2005.

LEITE, João de Souza. *A herança do olhar – O design de Aloisio Magalhães*. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2003. 280 p.

LEITE, Ricardo de Souza. *Ver é compreender: design como ferramenta estratégica de negócio*. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2003. 320 p.

MILLER, Anistatia R., BROWN, Jared M. *What logos do and how they do it*. Gloucester: Rockport Publishers, 1998. 143 p.

MITCHELL, W. J. T. *Iconology: image, text, ideology*. Chicago: University of Chicago Press, 1987. 226 p.

MONTEIRO, Valpério. *O Futuro é Claro*. Porto Alegre: GAD'Design. Disponível em: <<http://www.gad.com.br>>. Acesso em: 3 dez. 2005.

PASTOUREAU, Michel. *O pano do diabo: uma história das listras e dos tecidos listrados*. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. 150 p.

PATTON, Phil. *The language of auto emblems*. New York: American Institute of Graphic Arts (AIGA). Disponível em: <<http://www.aiga.org>>. Acesso em: 1 dez. 2004.

PERRONE-MOYSÉS, Leyla. *Inútil poesia e outros ensaios breves*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. 364 p.

POR TI AMERICA (Exposição). Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 2005.

PUBLISH. São Paulo: IDG Computerworld do Brasil. 1987 - . ISSN 1807-6238.

RAND, Paul. *Design, form, and chaos*. New Haven and London: Yale University Press, 1993. 218 p.

_____. *From Lascaux to Brooklyn*. New Haven and London: Yale University Press, 1996. 187 p.

_____. *Thoughts on design*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1970. 95 p.

REZENDE, Antonio (Org.). *Curso de filosofia: para professores e alunos dos cursos de segundo grau e de graduação*. 12. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. 311 p.

SANTIS, Paula de. Quando o logotipo basta. *Design Gráfico*, Rio de Janeiro, n. 3, p. 14, 1997.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (Org.), *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, 1967. 16 p.

STEP (Inside Design). New York: Dynamic Graphics Group, [19-?]. ISSN 0886-7682.

STRUNCK, Gilberto. *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores*. Rio de Janeiro: Riobooks, 2001. 160 p.

_____. *Identidade visual, a direção do olhar*. Rio de Janeiro: Europa, 1989. 123 p.

THE CORPORATION. Direção de Mark Achbar e Jennifer Abbott. [S.l.]: Big Picture Media Corporation, 2005. Filme (130 min), son., color., 35 mm.

VASCONCELOS, Maria Drosila. *Pierre Bourdieu: a herança sociológica*. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 5 out. 2004.

VICENTINI, Ana Júlia; HAYASAKA, Cynthia; WEBER, Flávia; FERNANDES, Maria Anita. *Características da cultura de consumo na Pós-modernidade*. Disponível em: <<http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/consumismo.html>>. Acesso em: 1 ago. 2005.

WEIBEL, Peter; LATOUR, Bruno. *Iconoclash*. Massachussets: MIT Press, 2002. 703 p.

WEISSHEIMER, Marco. *O legado crítico de Pierre Bourdieu*. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br>>. Acesso em: 5 out. 2004.

WIKIPÉDIA. Enciclopédia eletrônica. [S.l.]. Disponível em: <pt.wikipedia.org/wiki/gestalt>. Acesso em: 22 nov. 2005.

WOLFF, Janet. *A produção social da arte*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. 183 p.

WOLLNER, Alexandre. *Alexandre Wollner: Design visual 50 anos*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003. 317 p.

_____. Textos recentes e escritos históricos. São Paulo: Rosari, 2002. 105 p.

PVDI. Catálogo da empresa.

Wollner Designo. Catálogo da empresa.